

Canal TI

La revista del negocio TI del Perú

■ En el lanzamiento de AI Studio, plataforma que permite a los usuarios crear, compartir y descubrir personajes de IA

DISTRIBUCIÓN SEMANAL GRATUITA
N°903
LUNES 12
AGOSTO
2024

Jensen Huang y Zuckerberg exploran el potencial de la IA de código abierto





■ **Fabricante reunió a más de 400 socios para acelerar la digitalización**

Huawei Perú Eco-Connect Summit 2024

El 2 de agosto se llevó a cabo en Lima el Huawei Perú Eco-Connect Summit 2024. Con el tema “En Perú, para Perú, construyendo un ecosistema de socios + Huawei y habilitando la transformación digital del Perú”, el evento atrajo a más de 400 socios líderes y los mejores expertos en el campo de la industria TIC en Perú para discutir el plan de transformación digital del país.

Huawei Perú Eco-Connect Summit 2024 es el escenario para que los socios y expertos de la industria de Huawei discutan. Fernando Zhang, presidente de Huawei Perú, Gustavo Gu, vicepresidente y presidente del Departamento de Ventas Empresariales de Huawei Perú, compartieron sus puntos de vista y opiniones sobre la transformación digital.

Durante su discurso para Perú, Fernando Zhang repasó la historia de Huawei

en el país y cómo cooperó con los socios para promover la digitalización de las industrias locales. “A través de nuestros socios, ayudamos a los clientes en Perú a lograr la transformación digital y el éxito comercial con las soluciones más competitivas”. Fernando también mencionó que 267 empresas Fortune 500 en más de 700 ciudades han elegido a Huawei como su socio de transformación digital. Huawei tiene más de 35000 socios en todo el mundo. En Perú, está trabajando con más de 400 socios para lograr la integración profunda de las tecnologías de las TIC y diversas industrias, acelerar la digitalización de la industria, promover el desarrollo de la economía digital y crear nuevo valor para diversas industrias.

Como uno de los temas más candentes, la inteligencia artificial fue central en esta conferencia. “En este mundo inteligente, la demanda de infraestructura digital seguirá estallando”, dijo Gusta-

vo Gu, vicepresidente y presidente de Ventas Empresariales de Huawei Perú: “Esperamos que para el año 2030 haya más de 200 mil millones de conexiones en todo el mundo. Las empresas, las familias y los individuos disfrutarán plenamente de la experiencia 10 GE. Más del 90% de la infraestructura se ejecutará en la nube”.

Durante el evento, Huawei compartió las políticas de su relación con sus socios. Explicaron la arquitectura del sistema de socios, los derechos e intereses de los socios y los requerimientos de Huawei sobre antisoborno, seguridad cibernética y protección de la privacidad del usuario.

Los expertos presentaron la red óptica, la red de comunicación de datos y las soluciones de conexión inteligente de Huawei, incluidas las redes inalámbricas empresariales; la plataforma inteligente que cubre el almacenamiento de datos, la virtualización de centros de datos, Huawei Cloud stack y soluciones de energía renovable; las soluciones panorámicas de Huawei para mercados comerciales, incluyendo oficinas inteligentes, aulas inteligentes, hospitales y minas inteligentes.

Cabe destacar la presentación de la nueva marca eKIT. Plataforma de distribución digital que integra operaciones de marketing, transacciones y servicios que pueden administrar y configurar a través de la aplicación eKIT. ■

■ **Simplifica la identificación de cables con etiquetas preinstaladas y escáneres móviles**

RapidID de Panduit en el cableado para centros de datos

Los centros de datos en crecimiento enfrentan desafíos significativos en la gestión de sus infraestructuras de cableado. Con la creciente demanda de conexiones y la necesidad constante de expandir la capacidad, identificar y gestionar el cableado se vuelve cada vez más complejo y propenso a errores. Iván La Madrid, gerente de cuentas Perú en Panduit, proporciona una visión detallada sobre cómo la solución de mapeo de red RapidID de Panduit aborda estos desafíos, mejorando la identificación y gestión del cableado de manera eficiente.

El ejecutivo destaca la importancia de administrar eficientemente el cableado en centros de datos, especialmente a medida que aumenta la demanda y la infraestructura se vuelve más densa. “En entornos tradicionales, la identificación de cables requiere revisar manualmente cada cable desde su origen hasta su destino, un proceso que es laborioso y propenso a errores humanos. Esto puede llevar a tiempos de inactividad prolongados y a una mayor dificultad en la realización de actualizaciones o mantenimientos”.

La solución de mapeo de red RapidID de Panduit es fundamental para mitigar estos problemas ya que utiliza un sistema de etiquetas preinstaladas en los patchcords, que pueden ser leídas fácilmente mediante un escáner Bluetooth y una aplicación móvil (gratuita). Esta tecnología permite mapear los cables de manera eficiente, reduciendo significativamente el tiempo necesario para la identificación y minimizando los errores.

Iván explica que con RapidID, el proceso de identificación se simplifica considerablemente: los técnicos pueden escanear las etiquetas en los extremos de los cables, permitiendo que el sistema mapee automáticamente la conexión entre los puntos A y B. Este método no solo ahorra



gestión del cableado.

Además, señala que RapidID no implica cambios en el precio o los números de parte de los productos existentes, lo que facilita su implementación en infraestructuras ya establecidas sin incurrir en costos adicionales significativos. RapidID se presenta como una solución de valor agregado incluida en los patchcords de fibra y de cobre de la línea Pan-Net de Panduit, ofreciendo una mejora significativa sin costo adicional para el usuario.

La gestión eficiente del cableado es esencial para el funcionamiento óptimo de los centros de datos en expansión. La implementación de RapidID por Panduit representa un avance significativo en este campo, proporcionando una solución que facilita la identificación rápida y precisa de cables. ■

horas de trabajo, sino que también asegura una mayor precisión en la

■ Apple, Samsung, Huawei y Lenovo están en los primeros lugares

Canalys: Envíos mundiales de tablets aumentaron un 18% en el segundo trimestre de 2024

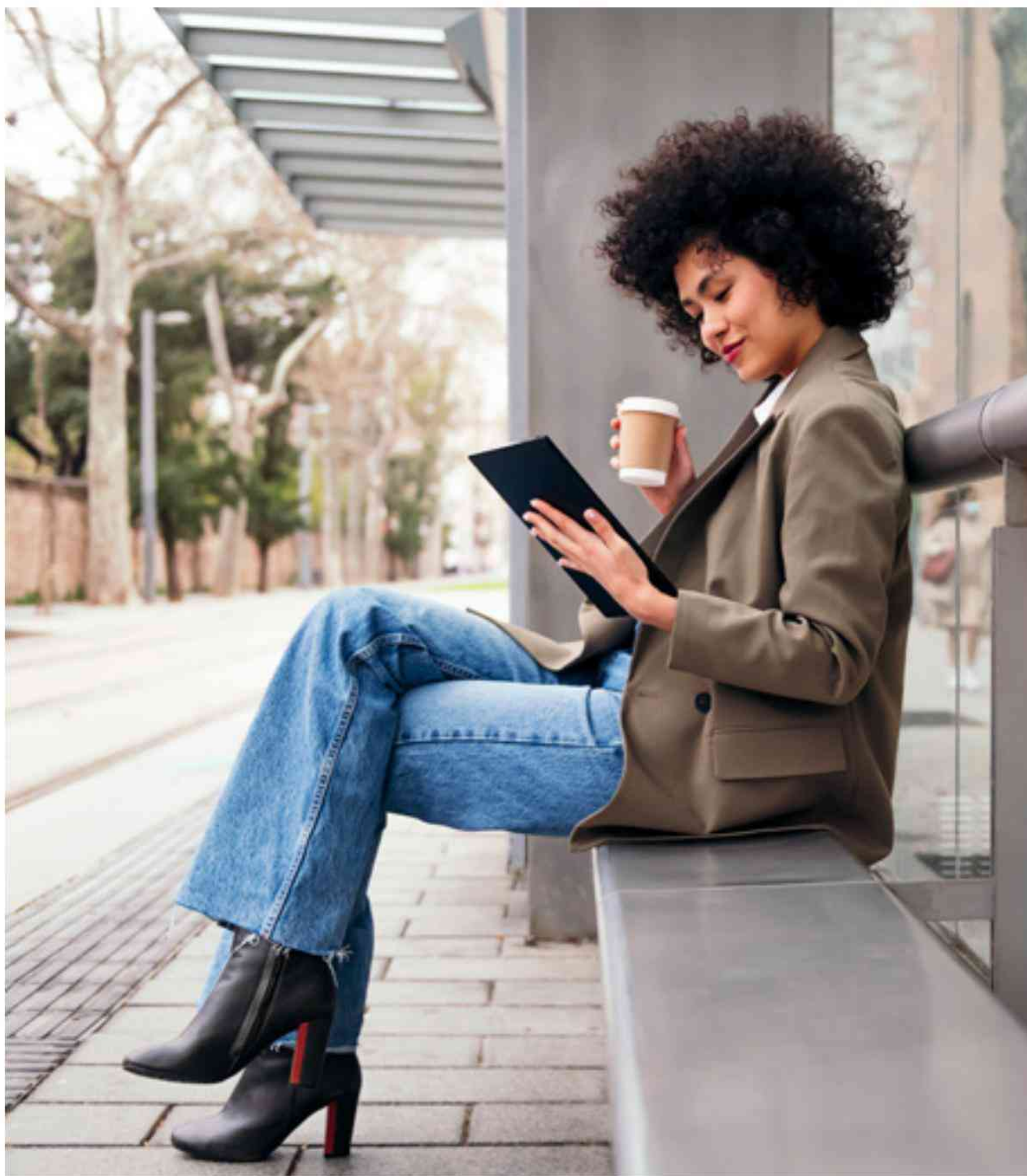
Según los últimos datos de Canalys, los envíos de tablets a nivel mundial aumentaron un 18% interanual en el segundo trimestre de 2024, alcanzando los 35,9 millones de unidades. Al mismo tiempo, los envíos de Chromebooks crecieron un 4%, alcanzando los 6,0 millones de unidades, ya que el mercado educativo volvió a los patrones de gasto estacionales típicos.

MERCADO MUNDIAL DE TABLETAS, SEGUNDO TRIMESTRE DE 2024

“La industria de las tabletas ha tenido un primer semestre positivo en 2024, y el resto del año debería traer un mayor alivio después de un 2023 difícil”, dijo Kieren Jessop, analista de Canalys.

“Los lanzamientos de nuevos productos han coincidido con un repunte en la demanda de actualizaciones cíclicas tras el aumento de las ventas de tabletas que se produjo durante la pandemia. La innovación adicional en áreas como la tecnología de visualización y la funcionalidad de inteligencia artificial integrada atraerá aún más el interés de los consumidores, en particular por las tabletas de alta gama. El mercado chino de tabletas ha mostrado un tremendo crecimiento debido a las agresivas estrategias de promoción de los proveedores nacionales, lo que ha aumentado la penetración de las tabletas en el país. Con estos proveedores apuntando a la expansión internacional, regiones como Oriente Medio y Europa central y oriental también están experimentando un aumento en los envíos. En la India, las licitaciones educativas del gobierno han impulsado la demanda, y se anticipa un crecimiento futuro debido a las pautas que favorecen la fabricación local de dispositivos”.

En el segundo trimestre de 2024, Apple mantuvo su liderazgo en el mercado mundial de tablets, enviando 13,9 millones de iPads y asegu-



rando una participación de mercado del 39%.

Samsung tuvo un aumento interanual del 13%, enviando 6,8 millones de unidades, impulsado por las fuertes ventas de sus modelos insignia y la creciente demanda en los mercados emergentes de la región de Asia Pacífico.

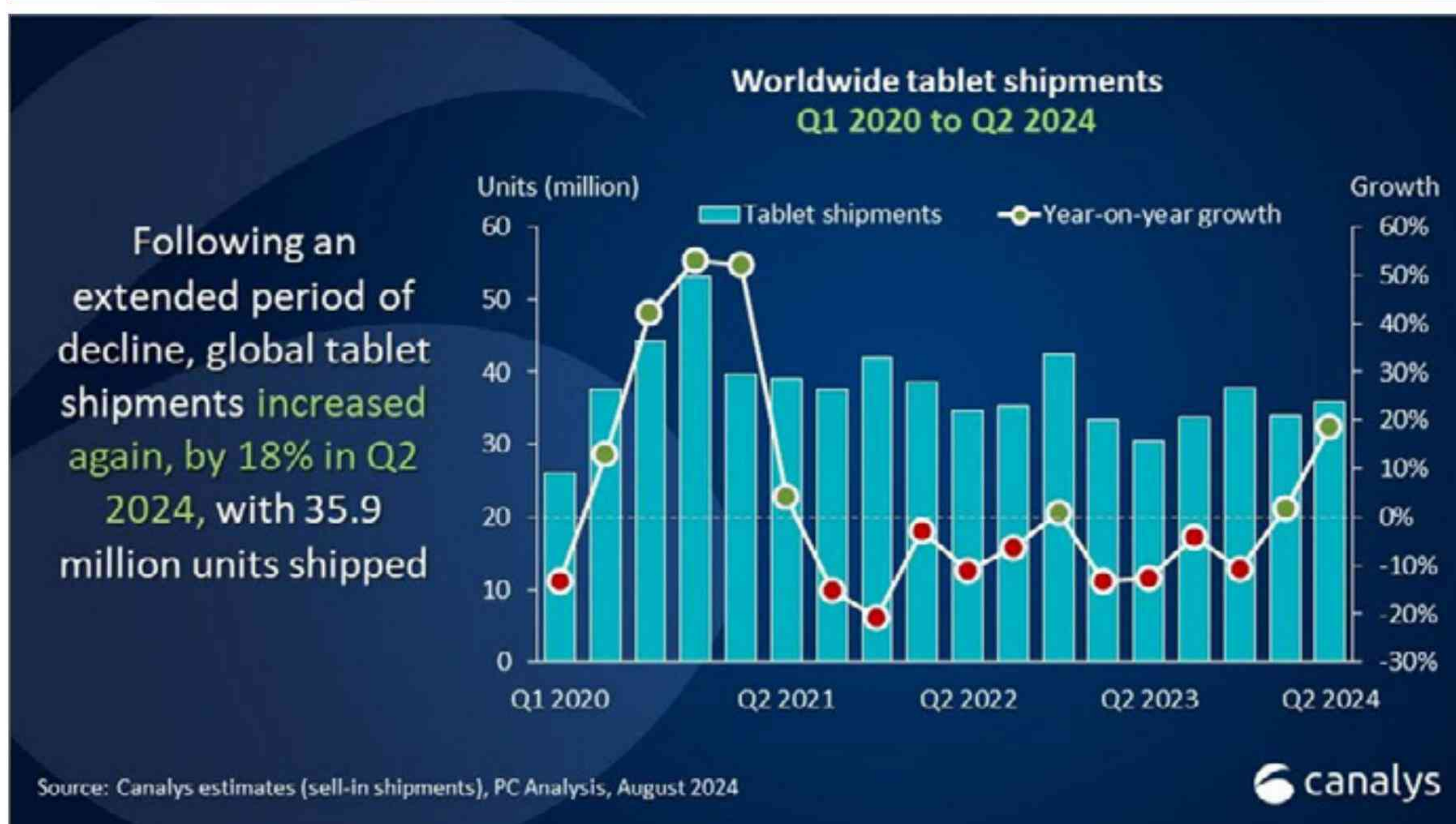
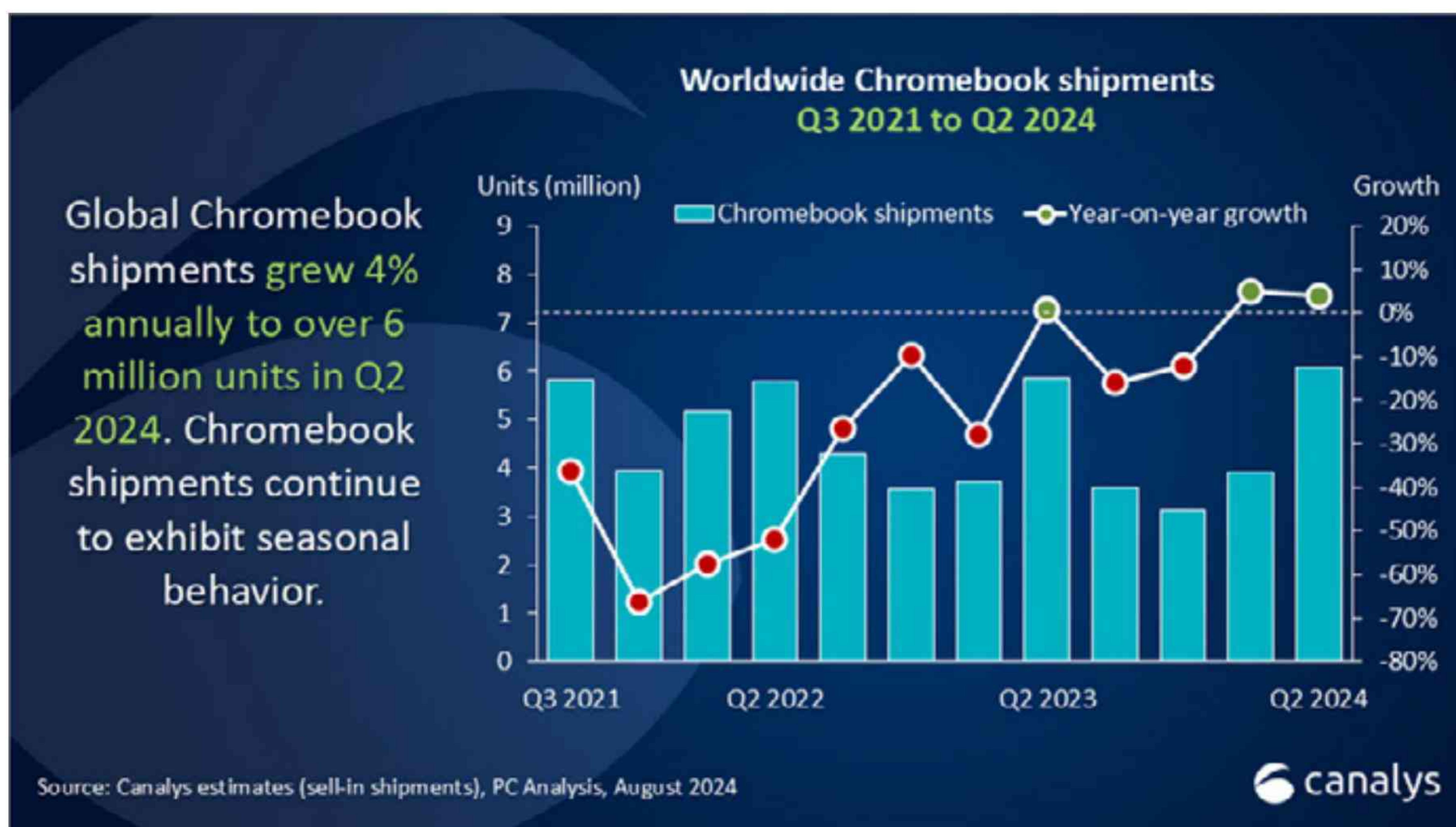
Huawei se mantuvo en tercer lugar, enviando 2,5 millones de unidades y logrando un sólido crecimiento anual del 51%, impulsado principalmente por la demanda en China y EMEA.

Lenovo quedó en cuarto lugar, con 2,5 millones de unidades enviadas y un crecimiento anual del 16%, ya que

fortaleció su presencia en la mayoría de los mercados globales. Xiaomi completó los cinco primeros, superando a Amazon con un importante crecimiento interanual del 106% y 2,1 millones de unidades enviadas.

“Los envíos de Chromebooks experimentaron el aumento estacional típico en el segundo trimestre, con un crecimiento del 4% y poco más de 6 millones de dispositivos enviados”, dijo Greg Davis, analista de Canalys.

“Los envíos de Chromebooks se vieron reforzados este trimestre por paquetes de financiación para educación específicos para cada región, como el Fondo de Conectividad de Emergen-



cia (ECF) en los Estados Unidos, que requería que el gasto concluyera en el segundo trimestre de 2024. Los descuentos en el canal minorista también ayudaron a respaldar la demanda de Chromebooks por parte de los consumidores, en particular para el uso de dispositivos personales en entornos educativos. Si bien anticipamos que las cifras de envíos disminuirán secuencialmente en el tercer trimestre, la tendencia general de la categoría sigue

siendo positiva, con su presencia en el espacio educativo y la mayor integración de las capacidades de inteligencia artificial en los dispositivos en los Chromebooks", indica Davis

En el mercado de Chromebooks, HP mantuvo el primer puesto, ya que envió 1,7 millones de unidades en el segundo trimestre de 2024, lo que representa una participación de mercado del 28%. Con un aumento

interanual del 9%, Lenovo quedó en segundo lugar, enviando 1,5 millones de Chromebooks en todo el mundo. Acer, que creció más este trimestre, ocupó el tercer lugar con 1,2 millones de unidades enviadas, impulsada por su éxito en las licitaciones gubernamentales en la región de Asia Pacífico. Dell y Asus ocuparon el cuarto y quinto lugar, respectivamente, y ambos sufrieron caídas interanuales en los envíos. ■



■ Es importante garantizar la información durante el proceso de transformación digital

Palo Alto Networks sostiene que IA debe contener ataques a entidades de salud pública

Las violaciones de datos sensibles son cada vez más sofisticadas y dañinas, y el coste medio mundial alcanzó los 4,45 millones de dólares en 2023, según IBM. La monetización de estos datos convierte al sector salud en un objetivo prioritario para los delincuentes, comprometiendo la privacidad de los pacientes y las operaciones de las instituciones sanitarias.

Es por ese motivo que Palo Alto Networks destaca la importancia de la IA en la seguridad de la información moderna para combatir estas amenazas, resaltando que la tecnología avanzada es crucial para una rápida detección y respuesta ante incidentes, garantizando la protección de los datos y la continuidad de los servicios sanitarios.

La forma de actuar de los ciberdelincuentes no es distinta a la aplicada

a otros entes de activos críticos. Ellos saben que la intervención de datos sensibles puede llevarlos a obtener ganancias millonarias en rescate de información. Sin embargo, cuando hablamos de entidades del sector salud, el problema se agrava ya que lo

que está en juego es la integridad de toda una población.

“La información que almacenan las organizaciones médicas tiene un gran valor y esto las ha convertido en un objetivo apetecible para los ciberdelincuentes. El resultado de una filtración puede ser desastroso ya que se pueden interrumpir los servicios, lo que pone en peligro la vida de muchas personas. Además, la manipulación de información personal y sensible de miles de pacientes puede ser expuesta, comprometiendo su debida atención médica. Por tal motivo, es esencial que se garantice la protección de esta data durante la transformación digital de las organizaciones de salud”, afirma Kenneth Tovar, Country Manager de Palo Alto Networks para Perú y Bolivia.



Kenneth Tovar, Country Manager de Palo Alto Networks para Perú y Bolivia.

Según un estudio elaborado en 2023 por médicos de la Universidad

Peruana Cayetano Heredia y la Sociedad de Medicina Ocupacional y Medio Ambiente, la mayoría de los establecimientos de salud (más del 80%) cree que sus planes de respuesta a incidentes de seguridad cibernética garantizan una respuesta rápida ante un ataque cibernético. No obstante, solo el 63% hace auditorías periódicas de ciberseguridad y solo el 54% conoce o implementa pruebas de penetración periódica.

Asimismo, en el Perú, la normativa en ciberseguridad se encuentra principalmente regulada por la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales, y su reglamento aprobado por el Decreto Supremo N° 003-2013-JUS. Estas normativas establecen los principios y requisitos para el tratamiento de datos personales, incluyendo medidas de seguridad que las organizaciones deben implementar para proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información. Además, existen otras regulaciones sectoriales que abordan aspectos específicos de la seguridad informática en salud, como la Ley N° 30024, Ley que Crea el Registro Nacional de Historias Clínicas Electrónicas, y su reglamento aprobado por Decreto Supremo N° 009-2017-SA.

Pese a ello, los avances tecnológicos en el ámbito médico presentan nuevos retos. En la búsqueda delictiva de estos datos, la telemedicina y el internet de las cosas médico son dos tendencias que preocupan a los profesionales de la seguridad. Las conexiones a redes no supervisadas y la integración de múltiples dispositivos aumentan la superficie de ataque, abriendo más vías que los ciberdelincuentes pueden explotar.

CIBERDEFENSA CON IA REDUCE AL MÁXIMO LAS AMENAZAS

Según el Informe de Respuesta a Incidentes 2024 de Unit 42, la Unidad de Inteligencia e Investigación de Amenazas de Palo Alto Networks, los intrusos pueden acceder a una organización en menos de 14 horas, extraer 2,5 terabytes de datos y desplegar ransomware en casi 10.000 endpoints. “A los ciberdelincuentes no les toma más que algunas horas penetrar las vulnerabilidades que encuentran. En oposición, los equipos de seguridad tardan casi una semana en resolver la alerta. Es demasiada desventaja para las organizaciones, sobre todo para las que lidian con contenido sensible”, añade el directivo.

Para combatir la sofisticación de los ciberataques, la respuesta está

en la inteligencia artificial avanzada. Para contextualizar, el centro de operaciones de seguridad de Palo Alto Networks procesa más de 1 billón de eventos al mes. Con la herramienta Cortex XSIAM, integrada con Precision AI -un sistema propio que combina aprendizaje automático, aprendizaje profundo e IA generativa-, estos eventos se agrupan y analizan de forma inteligente. Este sistema ha permitido a la empresa lograr un tiempo medio de detección de solo 10 segundos, junto con respuestas en menos de 1 minuto, reduciendo significativamente las amenazas antes de que puedan causar daños sustanciales.

Tovar subraya que invertir en ciberseguridad de vanguardia es crucial para las organizaciones que gestionan infraestructuras críticas, como el sector salud. Añade que, a nivel internacional los casos que se han presentado han generado afectaciones significativas, por ello “debe hacerse un especial énfasis en que la ciberseguridad ya no solo es importante, sino también necesaria. Esta puede ser la diferencia entre un sistema de salud eficiente con un posible colapso de filtraciones que ponga en peligro a miles de pacientes”. ■



■ **En el lanzamiento de AI Studio, plataforma que permite a los usuarios crear, compartir y descubrir personajes de IA**



Zuckerberg y Jensen Huang exploran el potencial de la IA de código abierto

Por **BRIAN CAULFIELD**

En una charla muy esperada en SIGGRAPH 2024, el fundador y CEO de NVIDIA, Jensen Huang, y el fundador y CEO de Meta, Mark Zuckerberg, discutieron el potencial transformador de la IA de código abierto y los asistentes de IA.

Zuckerberg inició el debate anunciando el lanzamiento de AI Studio, una nueva plataforma que permite a los usuarios crear, compartir y descubrir personajes de IA, haciendo que la IA sea más accesible para millones de creadores y pequeñas empresas.

“Todos y cada uno de los restaurantes, todos los sitios web probablemente tendrán estas IA en el futuro...”, dijo Huang.

“... al igual que todas las empresas tienen una dirección de correo electrónico, un sitio web y una cuenta de redes sociales, creo que, en el futuro, todas las empresas tendrán una IA”, respondió Zuckerberg.

ZUCKERBERG HA ACERTADO ANTES

Huang atribuyó a Zuckerberg y Meta el mérito de ser líderes en IA, incluso si sólo algunos se han dado cuenta hasta hace poco.

“Ustedes han hecho un trabajo increíble

de IA”, dijo Huang, citando los avances de Meta en visión por computadora, modelos de lenguaje y traducción en tiempo real. “Todos usamos Pytorch, que sale de Meta”.

LA IMPORTANCIA DEL CÓDIGO ABIERTO EN EL AVANCE DE LA IA

Zuckerberg destacó la importancia del código abierto en el avance de la IA, y los dos líderes empresariales enfatizaron la importancia de las plataformas abiertas para la innovación.

Meta se ha convertido rápidamente en líder en IA, poniéndola a trabajar en todos sus negocios, sobre todo con Meta



AI, que se utiliza en Facebook, Instagram y WhatsApp, y avanzando en la IA de código abierto en toda la industria, más recientemente con el lanzamiento de Llama 3.1.

El modelo de código abierto representa una importante inversión de tiempo y recursos de formación. La versión más grande de Llama cuenta con 405 mil millones de parámetros y fue entrenada con más de 16,000 GPU NVIDIA H100.

“Una de las cosas que impulsa las mejoras de calidad es que solía ser que tenías un modelo diferente para cada tipo de contenido”, explicó Zuckerberg.

“A medida que los modelos se hacen más grandes y generales, eso mejora cada vez más. Así que sueño con que algún día casi puedas imaginar que todo Facebook o Instagram sean como un



único modelo de IA que haya unificado todos estos diferentes tipos de contenido y sistemas”, añadió.

Zuckerberg considera que la colaboración es clave para más avances. En una publicación de blog publicada la semana pasada, Zuckerberg escribió que el lanzamiento de Llama 3.1 promete ser un “punto de inflexión”

en la adopción del código abierto en la IA.

Estos avances prometen más herramientas para fomentar la participación, crear contenido atractivo y personalizado, como avatares digitales, y construir mundos virtuales.

En términos más generales, el avance de la IA en un ecosistema amplio promete potenciar la productividad humana, por ejemplo, al brindar a cada ser humano en la tierra un asistente digital, o asistentes, lo que permite a las personas vivir vidas más ricas con las que pueden interactuar de manera rápida y fluida.

“Siento que estoy colaborando con WhatsApp”, dijo Huang. “Imagínate que estoy sentado aquí escribiendo, y está generando las imágenes a medida que avanzo. Vuelvo atrás y cambio mis palabras, y está generando otras imágenes”.

VISIÓN PARA EL FUTURO

De cara al futuro, ambos CEOs compartieron sus visiones para el futuro.

Zuckerberg expresó optimismo sobre la posibilidad de unir la IA con el mundo real a través de las gafas, señalando la colaboración de su empresa con el fabricante de gafas Luxottica, que pueden utilizarse para ayudar a transformar la educación, el entretenimiento y el trabajo.

Huang enfatizó cómo la interacción con las IA se está volviendo más fluida, yendo más allá de las interacciones basadas en texto.

“La IA de hoy en día se basa en turnos. Dices algo, te dice algo”, dijo Huang. En el futuro, la IA podría contemplar múltiples opciones, o crear un árbol de opciones y simular resultados, lo que lo haría mucho más poderoso”.

A lo largo de la conversación, los dos líderes bromearon desde la moda hasta sándwiches de carne, terminando la discusión intercambiando chaquetas de cuero.

Zuckerberg le regaló a Huang una chaqueta de piel de oveja negra con una capucha enorme.

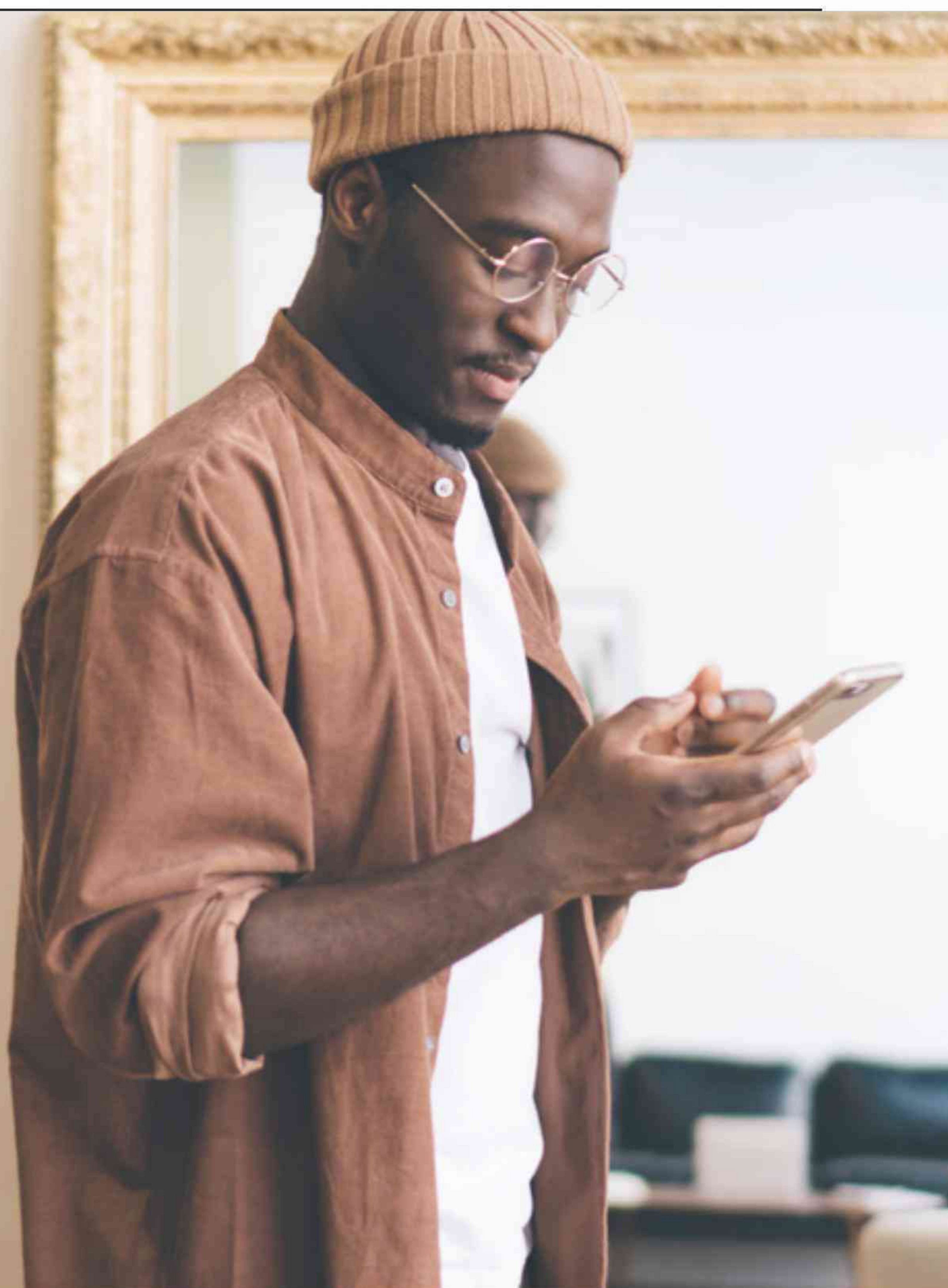
Huang le dio a Zuckerberg su propia chaqueta de cuero, que obtuvo de su esposa, Lori, solo para SIGGRAPH, bromeando que tenía solo “dos horas de antigüedad”.

“Bueno, este es tuyo”, dijo Zuckerberg con una sonrisa. “Esto vale más porque se usa”. ■

<https://blogs.nvidia.com/blog/zuckerberg-huang/>

■ Los teléfonos inteligentes crecen un 20% en la región durante el segundo trimestre del 2024

SAMSUNG y XIAOMI lideran el mercado de Smartphones en América Latina



La última investigación de Canalys muestra que el mercado de teléfonos inteligentes de América Latina alcanzó un cuarto trimestre consecutivo de crecimiento anual de dos dígitos en el segundo trimestre de 2024, ya que los envíos aumentaron un 20% interanual a 33,5 millones de unidades.

El crecimiento continuo ha sido impulsado por la mayor proporción de dispositivos que cuestan menos de US\$ 200 desde el segundo trimestre de 2021. **Samsung** mantuvo su saludable liderazgo en el mercado, creciendo un 9% interanual a 10,2 millones de unidades, impulsado por la serie A económica.

Xiaomi fue el segundo mayor proveedor de teléfonos inteligentes de América Latina por primera vez, respaldado por un crecimiento del 35% en los envíos a 6,2 millones de dispositivos. El segundo trimestre también

marcó el volumen trimestral más alto de Xiaomi en la región hasta la fecha, ya que superó el hito de 6 millones de unidades por primera vez.

Motorola le siguió en tercer lugar, enviando 5,7 millones de unidades. Transsion y Honor completaron el top 5, creciendo un 52% y un 47%, respectivamente, a 3,2 millones y 1,7 millones de unidades.

“La demanda de teléfonos inteligentes sigue en auge en América Latina gracias a un ciclo de renovación en curso que se ha acelerado con grandes inversiones de proveedores con ambiciones de crecimiento”, dijo Miguel Pérez, analista senior de Canalys.

“Los proveedores están incentivando a los consumidores a renovar sus dispositivos mediante un sólido posicionamiento de relación calidad-precio y precios agresivos. Estos factores también definen la dinámica

competitiva actual entre los proveedores, ya que la mayoría de los actores se centran en lanzar especificaciones atractivas a precios bajos. Esto se refleja en el ASP (precio de venta promedio) que disminuyó un 12% interanual a su valor más bajo desde el segundo trimestre de 2021. La feroz competencia entre muchos proveedores está convirtiendo al consumidor en el ganador actual del mercado. Sin embargo, los proveedores deben encontrar un equilibrio entre las ganancias de volumen a corto plazo y los factores de fortaleza a largo plazo, como la rentabilidad operativa y el posicionamiento de la marca”, agrega Pérez.

“La cantidad de teléfonos inteligentes enviados en la primera mitad de 2024 es el volumen más alto jamás enviado en dos trimestres en América Latina”, puntualiza Pérez. “La mayoría de los proveedores están volando alto con fuertes tasas de crecimen-

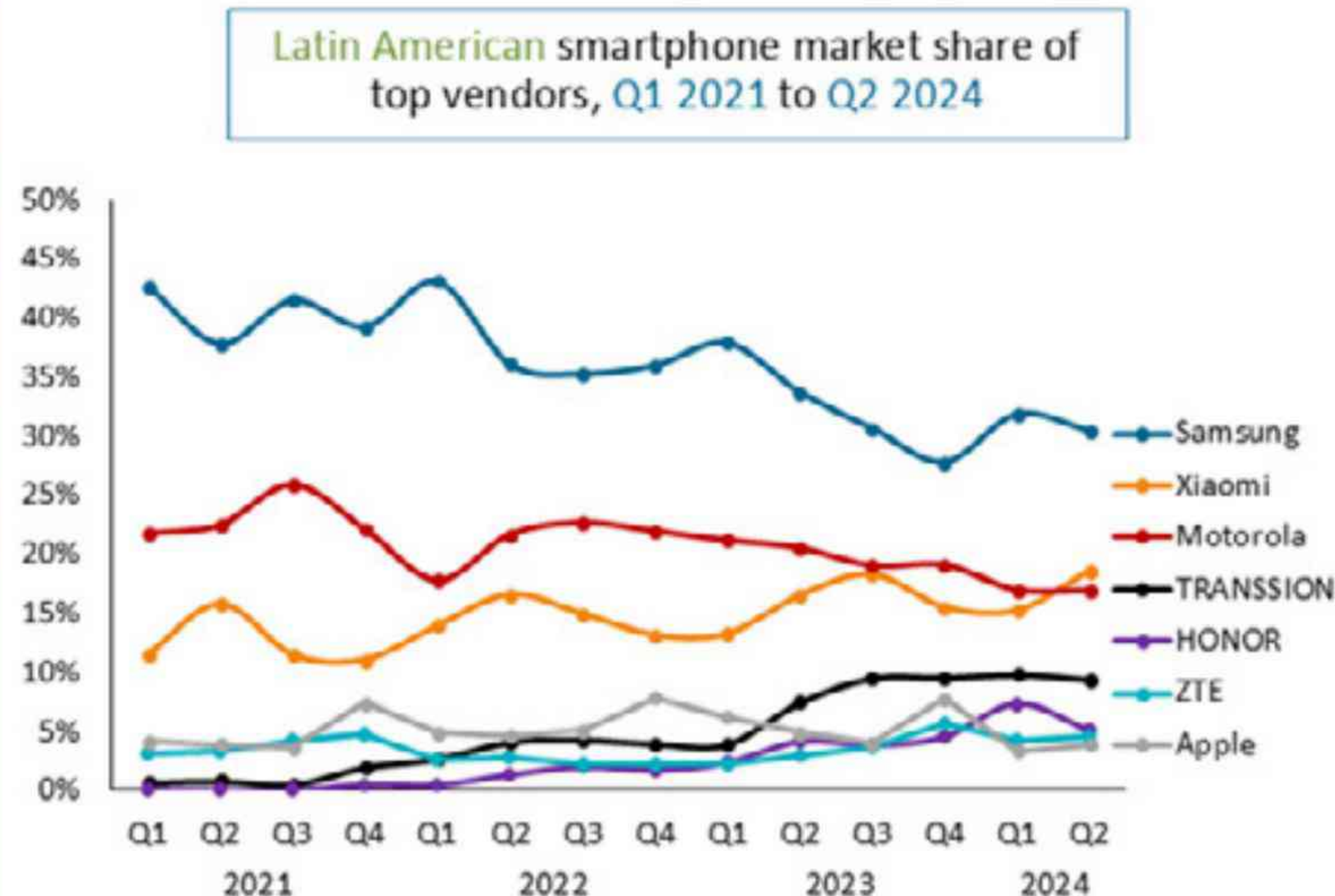
The Latin America smartphone market grew 20% in Q2 2024, reaching a fourth consecutive quarter of double-digit growth



Source: Canalys estimates (sell-in), Smartphone Analysis, August 2024

canalys

Xiaomi was Latin America's second largest smartphone vendor in Q2 2024 for the first time, as competition for the top 5 remained fierce



Source: Canalys estimates (sell-in), Smartphone Analysis, August 2024

canalys

to. Sin embargo, existe una creciente preocupación por la saturación del mercado combinada con la creciente incertidumbre en el entorno económico mundial y las elecciones presidenciales de EE.UU., que podrían afectar la demanda de teléfonos inteligentes en la región. Si no se gestiona bien, la desaceleración puede comprometer las ambiciones a largo plazo tanto de los proveedores como del canal de ventas”.

Miguel Pérez agrega: “Para todos los actores de la industria, será crucial tener una gestión de inventario eficaz, controles de reposición estrictos y planificar la asignación de recursos con mucha anticipación. Se aprendieron lecciones difíciles durante la desaceleración del mercado en 2023, y los proveedores con aspiraciones a largo plazo en la región ya deberían mirar más allá de sus objetivos de ventas y priorizar el for-

talecimiento de las asociaciones de canales, asegurando márgenes de producto saludables y cumpliendo con sus hojas de ruta y objetivos. Aun así, en una desaceleración del mercado, los nuevos proveedores pueden desafiar a los actores establecidos, ya que tanto los consumidores como el canal de ventas permanecen abiertos a nuevas marcas y propuestas de productos en busca de la mejor oferta”. ■

■ Ataques están dirigidos a personas de alto rango

La protección de las empresas contra el whaling



ESET advierte sobre el whaling, ataques a personas de alto rango en una organización mediante correos electrónicos personalizados que buscan obtener datos confidenciales, instalar malware o inducir a la víctima a realizar transferencias fraudulentas.

A diferencia de los ataques de phishing tradicionales, que se apuntan a cualquier persona sin un objetivo fijo, ESET explica que el whaling es un tipo de phishing dirigido -spearphishing- que busca engañar a quienes tienen cargos de alto nivel dentro de una organización: los llamados peces gordos, de allí el nombre de este ataque dirigido, caza de ballenas en su traducción al español.

Estos ataques tienen una sofisticación que combina técnicas de ingeniería social avanzada y requieren de una investigación previa bien detallada. El resultado puede variar desde que la víctima entregue datos confidenciales de la empresa, o descargue malware en la red de la organización, hasta que, engañada, apruebe transferencias de dinero que va directo a la cuenta de los cibercriminales.

Una técnica que utilizan los cibercriminales para ejecutar este engaño es el llamado fraude del CEO, en el que los cibercriminales suplantan la identidad de personas que ocupan altos rangos y envían mensajes a otras personas de alto rango, aunque también puede ir dirigido a

todo colaborador de la empresa u organización

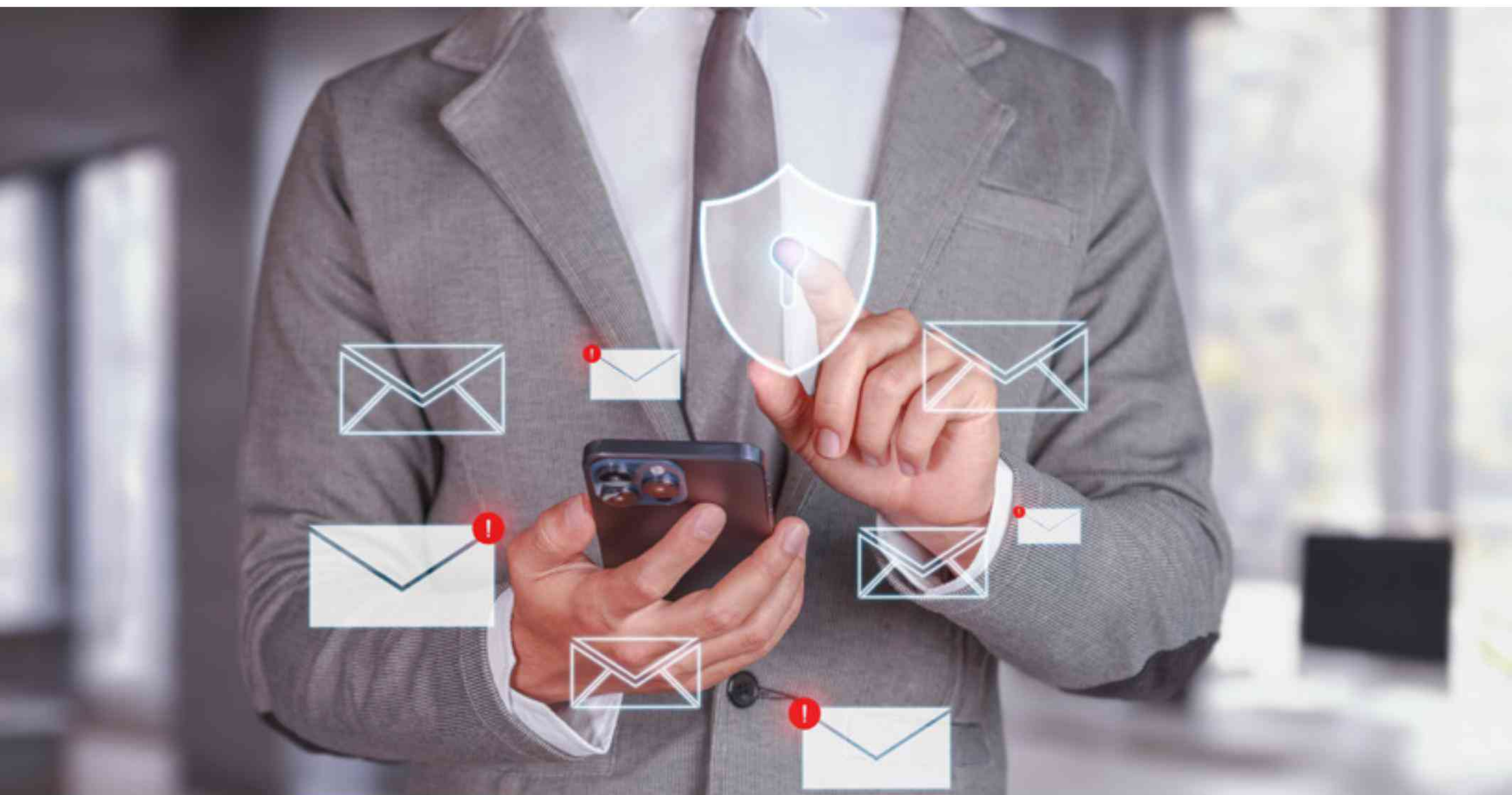
“Este tipo de ataques hacen necesario aumentar la conciencia de que toda la información pública puede ayudarles a los cibercriminales a cometer estos ataques en los que se suplanta la identidad de una persona o entidad. A los atacantes le serán útiles los perfiles públicos de las personas, tanto en redes personales como Facebook, Instagram, Twitter, o perfiles profesionales en, por ejemplo, LinkedIn”, comenta Camilo Gutiérrez Amaya, jefe del Laboratorio de Investigación de ESET Latinoamérica.

Los ataques de whaling funcionan al seguir una secuencia estratégica y bien estructurada para garantizar la máxima efectividad. Los pasos clave incluyen:

Investigación sobre la organización y sus ejecutivos, a partir de fuentes públicas, como redes sociales, sitios web corporativos e informes de medios de comunicación, con el fin de comprender la estructura organizacional e identificar posibles debilidades.



Leyenda



Creación de correos electrónicos falsos altamente personalizados con la información obtenida, diseñados para parecer que provienen de fuentes confiables, a menudo imitando direcciones de correo electrónico de colegas, socios comerciales u otras entidades acreditadas, mediante la técnica de spoofing. Esta técnica permite ocultar la verdadera dirección de correo electrónico y cambiarla por una que parece legítima.

Envío del correo electrónico con un sentido de urgencia para inducir una respuesta rápida. Puede incluir solicitudes para transferir fondos, compartir información confidencial, o hacer clic en un enlace malicioso.

Por su nivel de personalización y sofisticación puede ser difícil de detectar, sin embargo, hay algunas señales de advertencia a las que hay que prestar especial atención:

REMITENTE FALSIFICADO

A veces, puede parecer que los correos electrónicos provienen de una fuente confiable, pero un examen detallado puede revelar ligeras discrepancias en la dirección de correo electrónico.

SOLICITUDES INUSUALES

Siempre se debe comprobar por otros canales de comunicación, si se recibe una solicitud de información confidencial o transferencias financieras urgentes.

ERRORES GRAMATICALES Y ORTOGRÁFICOS

Aunque es una tendencia el uso de inteligencia artificial para la confección de las estrategias de ingeniería social que hacen a los correos de phishing más convincente, es útil prestar atención a posibles errores que puedan contener.

La defensa contra estos ataques comienza con la educación de quienes trabajan o colaboren con organización, sobre todo si son de altos rangos, para que se mantengan en alerta y al corriente sobre las tácticas que los cibercriminales intentan y cómo están van mutando. ESET comparte algunos puntos clave para protegerse:

Tener especial cuidado cuando se comparte información personal y profesional en las redes sociales, ya que estos datos pueden ser utilizados por los delincuentes para crear ataques más persuasivos.

Implementar procedimientos claros para verificar las solicitudes, especialmente aquellas que impliquen transmisión de datos sensibles, o ejecución de movimientos de dinero.

Agregar un nivel adicional de confirmación para las transacciones críticas, como las reuniones en persona o las llamadas telefónicas, puede proporcio-

nar una capa adicional de seguridad.

Activar la autenticación multifactor y utilizar herramientas de seguridad avanzadas, son parte fundamental de las políticas de seguridad.

Utilizar reglas de marcado de correos electrónicos externos ayuda a detectar y bloquear intentos de fraude.

Por último, es esencial que las empresas se mantengan al día sobre las nuevas técnicas y tendencias en cibercrimen, inviertan en tecnologías emergentes de ciberseguridad y colaboren con expertos de la industria para anticipar y neutralizar las amenazas antes de que causen daños significativos.

“Los ataques de whaling representan una amenaza grave y creciente para las organizaciones, que pueden resultar en pérdidas financieras significativas y comprometer información confidencial. La concientización, la formación y la implementación de medidas de seguridad sólidas son esenciales para proteger a las organizaciones de esta forma insidiosa de ciberdelincuencia. La ciberresiliencia es una prioridad estratégica, y un enfoque integrado y bien informado puede marcar la diferencia en la protección contra este y otros tipos de fraude cibernético”, concluye Gutiérrez Amaya.■

■ Para corregir errores, mejorar el rendimiento, asegurar la compatibilidad, reforzar la seguridad y añadir nuevas funcionalidades

La importancia de la actualización en las aplicaciones

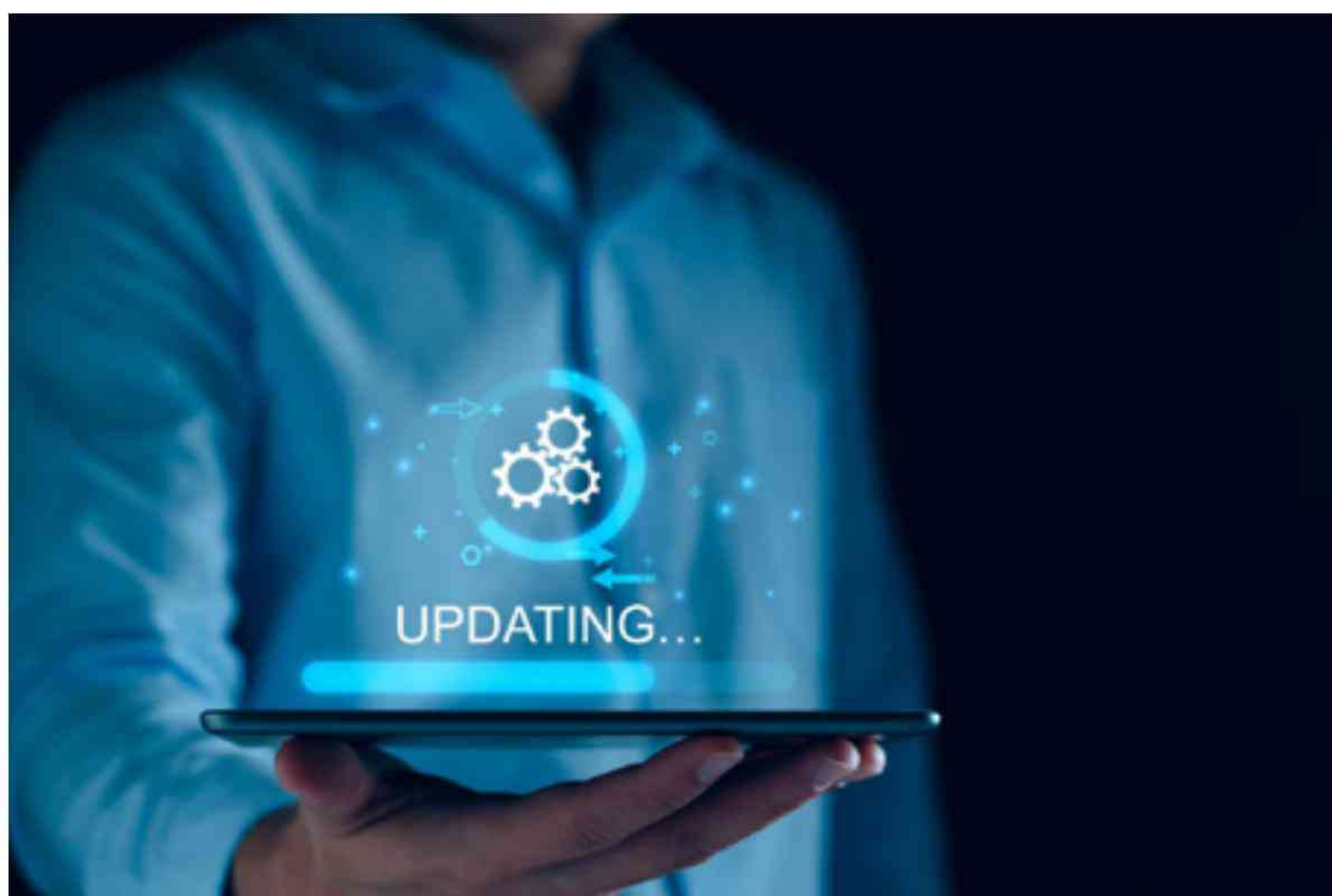
En la actualidad, las aplicaciones se encuentran en constante modernización debido a que ayuda a la integración de nuevas características y funcionalidades, la optimización del rendimiento de la aplicación y la mejora de la experiencia del usuario mediante el uso de nuevas interfaces.

Según el estudio IDC Software Chapter, más del 60% de las empresas a nivel mundial consideran que modernizar sus aplicaciones es de alta prioridad, debido a que permite a las organizaciones ser más eficientes, funcionales y ajustarse a las necesidades de los usuarios e instituciones.

Sin embargo, ¿qué sucede cuando una aplicación deja de recibir actualizaciones? Para Marcy Acosta, BU Manager de Canvia, este es un escenario que puede traer consigo múltiples problemas y riesgos, tanto para los usuarios como para las organizaciones. “La modernización es necesaria para mejorar su rendimiento, escalabilidad, seguridad, eficiencia y usabilidad, así como para adaptarse a las tendencias de la industria. Al no actualizar las aplicaciones, es posible que pierda funcionalidad y no sea compatible o no pueda integrarse con otros sistemas o aplicaciones, por la aparición de nuevas herramientas y plataformas”.

Asimismo, Acosta señala que problemas como la ineficiencia y retrasos en los procesos, la pérdida de datos, errores más recurrentes y la disminución en la productividad del aplicativo son las principales consecuencias que se manifiestan. “El tema de seguridad hoy en día es muy relevante y delicado. Cuando una aplicación deja de recibir actualizaciones, se convierte en un blanco fácil para los ciberdelincuentes que pueden acceder a los datos sensibles, robar información o incluso comprometer el funcionamiento de otros sistemas conectados”.

Por su parte, los usuarios exploran constantemente aplicaciones que



les brinden soluciones efectivas y rápidas. “Elementos como la personalización, seguridad y rapidez son constantes en la búsqueda de los usuarios digitales en un aplicativo. Cada actualización tiene como objetivo alimentar con nuevas funcionalidades y mejoras. De no hacerlo, puede afectar negativamente la productividad, experiencia y la satisfacción del usuario”, indicó la vocera de Canvia.

Finalmente, Acosta señala que la

modernización de las aplicaciones debe ser una prioridad dentro de la estrategia de negocio de las empresas. Esto debido a que, si una aplicación no se actualiza, es posible que pierda clientes ante la competencia. “Hoy en día es una ventaja competitiva que los usuarios encuentren en una aplicación una opción moderna y con funcionalidades que están buscando. En un mercado competitivo, que una empresa no ofrezca las últimas características puede significar perder relevancia y cuota de mercado. ■



Leandro Peirano asume la gerencia general de Kyndryl en Perú

A principios de agosto, Kyndryl anunció a Leandro Peirano como gerente general de la compañía en Perú. Leandro ha sido parte del equipo de Kyndryl desde su escisión en 2021 y ha desempeñado un papel clave para sentar las bases de las operaciones de la compañía en el país. Comenzó su carrera como profesional técnico en IBM, en la unidad de servicios de infraestructura, y ha ocupado varios puestos de liderazgo durante sus 18 años de trabajo en la empresa. Es licenciado en Administración de Empresas, y diplomado en DevOps e Ingeniería de Software Informático por la Universidad de Chicago. “Estoy muy agradecido por la oportunidad de liderar a nuestro equipo en Perú. Las empresas están navegando por las complejidades que implica evolucionar digitalmente para mejorar su competitividad, la experiencia del usuario y la resiliencia cibernética”, dijo.



Alessandra Barcala es la nueva directora de Marketing de Motorola en Latam

Motorola, parte del grupo Lenovo, anuncia a Alessandra Barcala como directora de Marketing para Latinoamérica. Con una sólida trayectoria profesional en marketing y branding, Alessandra es responsable de liderar el equipo y las iniciativas de marketing & PR de Motorola Latam. En su nuevo cargo, será responsable de liderar la planificación estratégica y la implementación de acciones de marketing y comunicaciones en la región.

“Estoy muy entusiasmada con esta nueva etapa y encantada de colaborar con el constante crecimiento y éxito de la compañía en América Latina. Cuando se trata de calidad y confiabilidad, Motorola es una referencia mundial en el sector y eso hace toda la diferencia. Estoy segura de que voy a contribuir con el equipo para continuar la historia de éxito de la marca”, dice Alessandra.



Mateo Figueroa es el nuevo director general de HP en América Latina

HP Inc. nombró a Mateo Figueroa como el nuevo director general de la compañía en Latinoamérica con efecto inmediato. Antes de haber asumido el cargo de director general interino en mayo de este año, Figueroa se desempeñaba como director de la Categoría de Sistemas Personales para el mercado latinoamericano. “Asumir el liderazgo de HP en América Latina es un cambio que me tiene entusiasmado y estoy listo para comenzar. Estoy orgulloso de poder continuar mi carrera colaborando con profesionales y socios excepcionales en nuestra región”, dijo Mateo, quien aporta al cargo un profundo conocimiento del negocio de HP, habiendo ocupado diversos puestos de liderazgo dentro de la organización durante casi 30 años en la compañía.



Licencias OnLine inicia operaciones en República Dominicana

Licencias Online anunció la apertura de su nueva instalación en República Dominicana, con el objetivo de consolidar su compromiso y cercanía con el ecosistema de socios en el Caribe. “En la actualidad, nuestro hub de atención del territorio está en Costa Rica y tenemos un equipo extendido basado en Colombia. Nuestro plan es sumar recursos en República Dominicana durante este año. Ya atendemos unos 50 socios en este país y esperamos crecer fuertemente con ellos al tener facturación y cobranza local”, dijo Carolina Savelli, Country Sales Manager para Centro América y el Caribe en Licencias OnLine.



Boletín semanal de Canal TI

- Haz que **Canal TI** llegue a todos los integrantes de tu empresa y a todos tus amigos y contactos del **negocio TI de Perú y América Latina**.
- Somos la única revista de **frecuencia semanal** en América del Sur.



- Recientes lanzamientos
- Nombramientos
- Premiaciones
- Avances tecnológicos
- Promociones y ofertas

Todas las noticias e información que necesitas para tomar las mejores decisiones para tu negocio.

contacto@mediacomm.pe
www.canalti.pe

**IMPACTA EXITOSAMENTE
EN EL CANAL DE TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN**

+51 1 275-3381
central